

**“BUDAYA ORGANISASI AKHLAK DALAM PENERAPAN
PUBLIC RELATION “**



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh :
MIQDAD ABDILLAH
L100150119**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**BUDAYA ORGANISASI AKHLAK DALAM PENERAPAN PUBLIC RELATION DI
PT PERKEBUNAN NUSANTARA IX KANTOR DIREKSI SEMARANG JAWA
TENGAH**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:
Miqdad Abdillah
L100150119

Telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji.

Dosen Pembimbing



Dr. Dian Purworini, M.M

HALAMAN PENGESAHAN


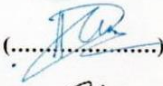

**BUDAYA ORGANISASI *AKHLAK* DALAM PENERAPAN
PUBLIC RELATIONS DI PT PERKEBUNAN NUSANTARA IX
SEMARANG JAWA TENGAH**

**OLEH
MIQDAD ABDILLAH
L100150119**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Pada hari Senin, 12 April 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.**

Dewan Penguji :

1. Dr. Dian Purworini, M.M. ()
(Ketua Dewan Penguji)
2. Sidiq Setiawan S.Ikom., M.I.Kom ()
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Joko santoso, S.E., M.Si ()
(Anggota II Dewan Penguji)




PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 12 April 2021

Penulis



Miqdad Abdillah
L100150119

“BUDAYA ORGANISASI AKHLAK DALAM PENERAPAN PUBLIC RELATION “

Abstrak

PT Perkebunan Nusantara IX merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan yang mengelola areal seluas 38.890,80 ha yang terdiri dari 23 unit kerja dan 1 unit usaha wisata agro dan 1 unit usaha produk hilir serta 6700 pegawai. PT Perkebunan Nusantara merupakan anak perusahaan dari PT Perkebunan Nusantara III (Persero). Selama 24 tahun PTPN IX mengelola ribuan hektar lahan perkebunan tentunya banyak upaya yang dilakukan untuk mempertahankan perusahaan dan mengembangkan perusahaan menjadi perusahaan yang besar dan berkualitas. Untuk menjaga kinerja perusahaan agar selalu produktif dan terus berjalan PTPN 9 mempunyai budaya perusahaan yang di sebut dengan AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan kolaboratif). AKHLAK merupakan nilai – nilai yang perlu diterapkan sebagai fundamental dalam mengawal perubahan besar yang terjadi di PTPN IX terutama dalam menjankan Visi dan Misi perusahaan. Dilansir dari situs ptpnix.co.id Direktur PT. Perkebunan Nusantara IX, Tio Handoko berpesan kepada manajemen puncak untuk lebih detail dan terus melakukan pengembangan dalam pengelolaan asset dan teknologi informasi di PTPN IX, serta tidak lupa memberikan karyawan untuk mengoptimalkan pengembangan diri dan kompetensi.

Kata Kunci: Akhlak, budaya organisasi, *public relation*

Abstract

PT Perkebunan Nusantara IX is a company engaged in the plantation sector which manages an area of 38,890,80 ha consisting of 23 work units and 1 agro tourism business unit and 1 downstream product business unit and 6700 employees. PT Perkebunan Nusantara is a subsidiary of PT Perkebunan Nusantara III (Persero). For 24 years PTPN IX has managed thousands of hectares of plantation land, of course, many efforts have been made to maintain the company and develop the company into a large and quality company. To maintain the company's performance so that it is always productive and running, PTPN 9 has a corporate culture called AKHLAK (Many, Competent, Harmonious, Loyal, Adaptive, and Collaborative). AKHLAK are values that need to be applied as fundamentals in guarding the major changes that occur in PTPN IX, especially in carrying out the company's Vision and Mission. Reported from the site ptpnix.co.id Director of PT. Perkebunan Nusantara IX, Tio Handoko advised top management to be more detailed and continue to develop in asset management and information technology at PTPN IX, and not forget to provide employees to optimize self-development and competence.

Keywords: Morals, organizational culture, public relations

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Magang

Komunikasi adalah proses sosial dimana individu – individu menggunakan symbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka (West & Turner:2009). Komunikasi merupakan sebuah cara yang digunakan oleh setiap orang untuk saling berhubungan. Dengan komunikasi setiap orang dapat memahami sesuatu yang di inginkan atau baik oleh individu itu sendiri atau suatu kelompok tertentu

Dr. Rex Harlow dalam bukunya *A Model for Public Relations Education for Profesional Practices* yang diterbitkan oleh *International Public Relations Associations* (IPRA) 1978, Public Relations adalah fungsi manajemen khusus dalam mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. Definisi yang disampaikan oleh Dr. Rex Harlow dalam bukunya, menurut para ahli Humas/PR dianggap terlalu panjang. Oleh karena itu para ahli perwakilan dari negara maju mengadakan pertemuan di Mexico City pada bulan agustus 1978. Pertemuan tersebut menghasilkan definisi Humas yang lebih singkat dinamakan *The Statement of Mexico* Definisi tersebut berbunyi:

“Praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisa kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program - program yang terencana mengenai kegiatan – kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.”

Public Relations (PR) merupakan bagian yang selalu ada di sebuah perusahaan. Peranya adalah menciptakan citra baik bagi perusahaan, mengkomunikasikan segala bentuk informasi yang positif tentang organisasi atau perusahaan kepada klien, investor maupun public. Dapat dikatakan bahwa humas adalah wajah dari sebuah perusahaan. Secara keseluruhan humas harus mengetahui segala seluk beluk dan segala informasi yang ada terkait tentang perusahaan sehingga harus tercermin dari tampilan dan tata bahasa yang teratur. Seorang PR harus mampu menciptakan citra positif di mata publik. Kesuksesan sebuah perusahaan atau organisasi sangat ditentukan oleh keberhasilan seorang PR dalam mempertahankan reputasi, citra positif di masyarakat.

Dari uraian diatas maka penulis yang merupakan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang sedang melaksanakan Program Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) di PT Perkebunan Nusantara IX Semarang, Jawa Tengah. Dalam melakukan kegiatan magang ini, penulis mencoba menerapkan teori ataupun ilmu yang diperoleh dari bangku kuliah untuk di terapkan di kegiatan magang ini. Melalui Program Magang Mahasiswa Bersertifikat penulis ingin mengetahui secara nyata prosedur kerja ada di PT. Perkebunan Nusantara IX.

Maka Melalui Program Magang Mahasiswa Bersertifikat ini penulis memilih PT Perkebunan Nusantara IX yang merupakan Perusahaan milik BUMN yang berada di Jawa Tengah, karena peranya dalam mengelola ribuan hektar perkebunan dari komoditas teh, Kopi, Karet hingga Object Wisata dan *Caffe*. Penulis Berharap dengan mengikuti PMMB ini dapat menyerap banyak ilmu yang mana dapat digunakan di dunia kerja setelah menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi.

Penulis merupakan mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Untuk menerapkan teori yang didapatkan di bangku perkuliahan untuk diterapkan di dunia kerja. Khususnya di PT Perkebunan Nusantara IX. Dalam hal ini penulis yang melakukan Program Magang Mahasiswa Bersertifikat. Dapat mempelajari, memahami, dan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan *Public Relations*. Hal tersebut di maksudkan agar penulis tidak gugup atau buta akan hal apa saja yang ada di dunia kerja. Sehingga penulis

beranggapan bahwa program magang mahasiswa bersertifikat ini merupakan bekal yang akan di gunakan suatu saat nanti.

Selain menambah pengalaman penulis melalui PMMB ini diharapkan dapat membantu kinerja di perusahaan PT. Perkebunan Nusantara IX. Serta dapat berkontribusi dalam mewujudkan citra yang positif bagi perusahaan. Dalam magang ini diharapkan penulis mendapatkan ilmu dibidang Public Relations dan membangun hubungan dengan pelaku Humas di perusahaan tersebut.

Melalui Program Magang Mahasiswa Bersertifikat ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Penulis, Perusahaan dan Pembaca. Manfaat yang diperoleh penulis berupa ilmu, pengalaman dan hubungan pertemanan di lingkungan kerja PT. Perkebunan Nusantara IX, selain bagi penulis manfaat untuk perusahaan berupa update berita di sosial media maupun di portal website menjadi efisien dan dalam pembuatan konten untuk di unggah di sosial media menjadi lebih terkonsep dan memiliki visual serta informasi yang dapat diserap bagi publik. Selain manfaat bagi penulis dan perusahaan , tulisan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pembaca mengenai seluk beluk Public Relations di PT. Perkebunan Nusantara IX.

1.2 Lingkup Penugasan Magang

Adanya Program Magang Mahasiswa Bersertifikat mengajak mahasiswa untuk terjun secara langsung dalam melakukan pekerjaan di PT Perkebunan Nusantara IX. Penulis di tempatkan pada Bagian Sekretariat Perusahaan PTPN IX yang mencakup salah satunya staff Humas. Aktivitas yang dilakukan di Humas untuk penulis yaitu membuat konten untuk sosial media berupa desain atau info grafis dan video, Melakukan update berita dan press release di website perusahaan, Update berita komoditas teh, kopi, karet, sawit di website portal milik BUMN dan turut aktif di acara atau kegiatan lapangan yang terselenggara di PTPN IX sebagai dokumentasi.

Sesuai dengan program studi yang di ambil oleh penulis yaitu Program Studi Ilmu Komunikasi. Penulis di tempatkan di bagian yang sesuai dengan konsentrasi yang sedang ditempuh. Dalam teori yang di tempuh terdapat materi yang sesuai dengan

pekerjaan *Public Relations* yang kemudian di terapkan ketika bekerja magang di PT Perkebunan Nusantara IX.

Bagian Sekretariat Perusahaan terbagi menjadi beberapa Staff, sesuai dengan yang diberikan kepada penulis yaitu staff Humas. Tugas Humas yaitu bertanggung jawab dalam penyusunan dan penyebaran informasi baik kedalam maupun ke luar perusahaan.

1.3 Target Pekerjaan Yang Harus Dicapai

Dalam melaksanakan tugas di bagian Staff Humas penulis memiliki fungsi Dokumentasi dan Publikasi Kegiatan. Selain itu tugas pokok yang dikerjakan oleh penulis yaitu :

- a. Melakukan peliputan berita pada kegiatan perusahaan yang di dokumentasikan dalam foto/video kegiatan
- b. Terlibat dalam pemotretan, studi kasus, majalah, foto, dan pesan multimedia perusahaan.
- c. Menyediakan sarana promosi perusahaan dalam bentuk leaflet atau plakat
- d. Mengelola website dan media sosial untuk membina citra dan komunikasi perusahaan dimata karyawan dan stakeholder di luar perusahaan.
- e. Menyiapkan materi untuk tujuan public relations, siaran pers, surat kabar, dan media masa lainnya.
- f. Membantu dalam penyelenggaraan kegiatan mediasi antara manajemen dan stakeholder, baik karyawan maupun pihak – pihak terkait lainnya
- g. Update berita portal dan media sosial.

2. METODE

Program Magang Mahasiswa Bersertifikat ini dilaksanakan dari tanggal 2 Maret 2020 hingga 2 September 2020 atau selama 6 bulan. Jam kerja terbagi menjadi 2. Pada bulan maret hingga mei penulis ditugaskan untuk *Work Form Home* (WFH), karena adanya kebijakan pemerintah terkait pandemic Covid – 19. Adapun jam kerja ketika WFH

dimulai pada pukul 08.00 hingga pukul 16.00 WIB. Sedangkan pada bulan Juni hingga Agustus kegiatan dilakukan secara penuh di kantor. Aktivitas di kantor PTPN IX dimulai pada pukul 07.30 hingga 15.30 WIB. Hari kerja di PTPN IX yaitu pada hari Senin hingga Jumat.

Selama bekerja secara WFH, absensi dilakukan melalui aplikasi chatting whatsapp dengan mengirimkan share location terkini, sehingga peserta dapat di pantau oleh Pembimbing. Aktivitas yang dilakukan penulis adalah membuat konten berupa desain grafis dan video yang akan di update di sosial media, selain itu penulis melakukan update berita di portal berita milik BUMN setiap hari senin sampai jumat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Kegiatan Magang

Kegiatan magang Penulis dilaksanakan di kantor direksi PTPN IX Semarang. Pekerjaan magang dibagi menjadi 2 bagian yaitu: Pekerjaan Pokok dan Dokumentasi. Pekerjaan Pokok merupakan pekerjaan yang dilakukan penulis berupa melakukan desain konten sosial media , melakukan editing video, pengambilan gambar video, update berita di portal website perusahaan dan BUMN. Sedangkan Dokumentasi berupa pengambilan gambar dokumentasi kegiatan setiap acara yang diadakan oleh PTPN IX. Dalam mengerjakan pekerjaan pokok terdapat *deadline* tertentu yang dimana desain harus selesai untuk di ajukan kepada pembimbing.

Dalam pembuatan desain untuk sosial media, pembimbing memberikan materi berupa text atau ide yang kemudian akan di olah menjadi gambar visual. Tidak serta merta penulis membuat desain visual secara acak atau sembarangan. Penulis terbiasa melakukan riset kecil untuk menggali ide atau trend desain yang sedang trend. Dalam pembuatan desain visual penulis membutuhkan waktu yang dibagi menjadi beberapa tahapan. Pertama, penulis membutuhkan waktu untuk membuat sketsa ringan dan referensi desain – desain yang sedang trend yang akan di terapkan dalam gambar visual. Kedua, Penulis melakukan pembuatan desain berdasarkan hasil sketsa yang didapatkan dari tahapan pertama dan ada sedikit pengembangan ketika melakukan

proses desain. Ketiga Penulis melakukan finalisasi dengan mengecek setiap bagian dalam desain untuk menghindari kesalahan.

Pekerjaan Update berita komoditas dilakukan oleh penulis untuk membagikan berita yang memuat komoditas Karet, Teh, Kopi, Sawit, dan Tebu. Penulis melakukan update berita di situs yang telah disediakan oleh BUMN selama bulan April, Mei, dan Juni. Selebihnya tidak terlaksana karena semenjak launching logo BUMN terbaru terjadi perombakan website milik BUMN, sehingga proses untuk update berita tidak terlaksana hingga penulis selsesai magang. Selain melakukan update berita di portal BUMN penulis juga melakukan update di sosial media terkait dengan konten – konten yang telah disediakan yang selanjutnya di upload di sosial media (facebook, Instagram, Twitter). Sedangkan konten berupa video di upload di semua sosial media termasuk platform youtube.

Selain membuat konten untuk sosial media dan melakukan update untuk sosial media dan website, penulis juga turut membantu dalam mendokumentasikan setiap acara yang ada di perusahaan. Dokumentasi yang dilakukan penulis berupa dokumentasi keseluruhan acara mulai dari acara Serah Terima jabatan, acara hari ulang tahun perusahaan, launching produk terbaru, dokumentasi kegiatan CSR yang diadakan oleh perusahaan. Tidak hanya dokumentasi penulis juga turut serta dalam pembuatan video prefentive pencegahan Covid – 19 di lingkungan perusahaan.

Setelah melakukan pengambilan gambar berupa foto atau video, penulis mengolah menjadi visual yang layak tayang di platform digital milik perusahaan. Pengolahan video memiliki proses yang termasuk lama dibanding dengan gambar. Selain hanya video hasil dari kamera, penulis juga membuat video animasi motion grafis singkat yang naninya digunakan sebagai bumper video utama ataupun video motion grafis untuk keperluan sosial media lainnya.

Dalam pembuatan setiap konten visual pembimbing memberikan *deadline* tertentu sehingga hasil karya penulis dapat di gunakan dengan tepat waktu

3.2 Budaya Perusahaan PT Perkebunan Nusantara IX

PT Perkebunan Nusantara IX merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan yang mengelola areal seluas 38.890,80 ha yang terdiri dari 23 unit kerja dan 1 unit usaha wisata agro dan 1 unit usaha produk hilir serta 6700 pegawai. PT Perkebunan Nusantara merupakan anak perusahaan dari PT Perkebunan Nusantara III (Persero). Selama 24 tahun PTPN IX mengelola ribuan hektar lahan perkebunan tentunya banyak upaya yang dilakukan untuk mempertahankan perusahaan dan mengembangkan perusahaan menjadi perusahaan yang besar dan berkualitas. Untuk menjaga kinerja perusahaan agar selalu produktif dan terus berjalan PTPN 9 mempunyai budaya perusahaan yang di sebut dengan AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan kolaboratif).

AKHLAK merupakan nilai – nilai yang perlu diterapkan sebagai fundamental dalam mengawal perubahan besar yang terjadi di PTPN IX terutama dalam menjangkau Visi dan Misi perusahaan. Dilansir dari situs ptpnix.co.id Direktur PT. Perkebunan Nusantara IX, Tio Handoko berpesan kepada manajemen puncak untuk lebih detail dan terus melakukan pengembangan dalam pengelolaan asset dan teknologi informasi di PTPN IX, serta tidak lupa memberikan karyawan untuk mengoptimalkan pengembangan diri dan kompetensi.

3.3 Pembahasan

PMMB (Program Magang Mahasiswa Bersertifikat) dilakukan awal bulan maret 2020 dan berlangsung selama 6 bulan hingga awal bulan september 2020. Selama melaksanakan kegiatan PMMB penulis membuat rangkuman harian yang berupa Log tugas harian. Log harian berisi aktivitas yang dilakukan setiap hari selama masa PMMB.

Dalam pelaksanaan kerja magang penulis di tugaskan di bagian Sekretariat Perusahaan yang membantu Staff Humas. Penulis bertanggung jawab dalam membantu dokumentasi kehumasan dan membuat publikasi kegiatan yang di distribusikan melalui platform sosial media. Setiap event atau acara penulis di himbau untuk selalu hadir mengikuti acara. Setiap bulan terdapat beberapa acara yang diselenggarakan yaitu:

Rapat, Launching Produk, Musyawarah besar CSR (*Coorporate Social Responsibility*) dan sebagainya. Selain melakukan dokumentasi penulis andil dalam publikasi kegiatan. Publikasi kegiatan di PTPN 9 yaitu memberikan informasi berupa gambar, foto, video dan tulisan di media digital perusahaan berupa website, dan sosial media (Facebook, Instagram, Twitter) dan Youtube.

Aktivitas yang dilakukan penulis selama melakukan PMMB sangat beragam di bidang Humas yaitu: Membuat desain (Poster, Sosial Media, Spanduk), Dokumentasi Kegiatan, pembuatan konten video, melakukan update berita di situs portal BUMN maupun website perusahaan dan membantu terselenggaranya sebuah acara yang diadakan kantor. Dalam melakukan setiap pekerjaan penulis selalu melakukan diskusi dan mengikuti arahan dari pembimbing. Selama magang pembimbing memberikan arahan dan pekerjaan sesuai dengan bidang Humas.

Website perusahaan berisi company profile, pedoman, rencana kegiatan, dan majalah digital INFO 9. Selain itu website perusahaan memberikan informasi berita yang berkaitan dengan perusahaan. Berita di website perusahaan selain memberikan informasi untuk masyarakat berfungsi juga memberikan informasi untuk stake holder yang terkait. Selain itu website perusahaan juga di gunakan untuk press release. Waktu melakukan update berita dan press release tidak menentu. Berita di update setiap hari senin hingga jumat. Sedangkan press release dan berita dari perusahaan di update ketika ada kegiatan di PTPN IX

3.3.1 Update Berita

Pekerjaan wajib pertama yang dilakukan setiap hari adalah melakukan update berita komoditas di Portal berita BUMN. Penulis setiap hari mencari berita yang berhubungan dengan bisnis yang dilakukan PTPN 9 berupa, harga komoditas perkebunan yaitu Sawit, Karet, Tebu, Coklat dan Kopi serta isu – isu yang sedang hangat dibicarakan dan berhubungan dengan BUMN. Penulis mencari berita melalui situs online antara lain vibiznews.com, market.bisnis.com, dan aplikasi di pernagkat gawai yaitu Agronow. Setiap hari penulis membuka portal – portal berita tersebut dan mencari berita tentang komoditas.

Update berita di situs BUMN bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai harga dan berita – berita mengenai bidang kerja perusahaan. Dalam mencari penulis biasanya menggunakan aplikasi Agronow yang tersedia di smartphone. Didalam aplikasi Agronow terdapat berita – berita yang berkaitan dengan agro bisnis dan perkebunan, sehingga berita yang didapat menjadi lebih banyak dan aktual. Berita – berita tersebut kemudian di salin ke portal BUMN dengan mencantumkan sumber berita. Untuk mempermudah proses update berita penulis membagi menjadi 3 waktu untuk update yaitu pagi, siang, dan sore. Berita yang didapat di internet tersebut di salin di pindahkan di portal berita milik BUMN yang beralamatkan bumn.go.id. Dikarenakan *maintenance* dan Launching logo baru BUMN kegiatan update berita di hentikan, sehingga hanya berjalan selama kurang lebih 3 bulan. selain berita dari internet penulis melakukan update berita di website perusahaan.

3.3.2 Desain Konten Sosial Media

Selanjutnya penulis membuat konten untuk kebutuhan publikasi di sosial media. Dalam membuat konten sosial media terbagi menjadi 4 jenis yaitu desain konten untuk ucapan hari besar, desain konten ucapan HUT perusahaan BUMN ataupun perusahaan terkait dengan PTPN 9, membuat konten untuk membantu mempromosikan produk PTPN 9 dan konten publikasi kegiatan. Desain konten ucapan hari – hari besar bertujuan untuk memperingati moment – moment yang terjadi pada hari tersebut. Desain konten ini meliputi hari libur nasional yang tertera di kalender, dan hari – hari penting bagi perusahaan.

Proses pembuatan konten ini dilakukan jauh- jauh hari sebelum di posting pada hari tersebut. Sehingga tidak ketinggalan update dan bahkan tidak update. Desain ucapan HUT dibuat untuk di publikasikan guna memberikan penghargaan memperingati berdirinya perusahaan BUMN. Konten ini dibuat biasanya saat awal bulan, sehingga sejeka jauh – jauh hari disiapkan dan tepat waktu saat akan di gunakan.

Dalam pembuatan konten yang digunakan untuk mempromosikan produk dari PTPN 9, Penulis melakukan diskusi dengan pembimbing untuk menentukan pesan yang akan disampaikan. Konten yang dipromosikan produk PTPN 9 ini berupa Teh, Kopi, dan Tempat wisata. Pembuatan konten memanfaatkan materi – materi yang sudah ada, kecuali jika diperlukan untuk melakukan pemotretan atau desain ulang. Konten di promosikan secara berkala di berbagi sosial media. Dalam pembuatan desain waktu yang di berikan bervariasi dan tidak tentu, tergantung pada kesulitan dan besaran desain.

Selanjutnya desain untuk memperingati hari – hari tertentu yaitu, Hari libur nasional, hari – hari bersejarah dan hari – hari yang ditentukan oleh internasional. Pembuatan konten ini dilakukan untuk memberikan informasi atau turut mengingat hari – hari penting. Desain di buat setiap awal bulan, dengan mengacu list yang telah diberikan oleh pembimbing. dalam pembuatan setiap desain penulis melakukan mini riset dengan trend desain yang ada di internet. Setelah desain jadi, desain di ajukan kepada pembimbing yang kemudian ditentukan untuk direvisi atau lanjut di posting sosial media perusahaan.

3.3.3 Dokumentasi Kegiatan

Berupa mendokumentasikan setiap kegiatan yang diadakan di perusahaan. Dokumentasi dilakukan dari awal acara hingga selesai acara. Dalam mendokumentasikan kegiatan, penulis mendokumentasikan dalam bentuk foto atau video sesuai dengan kebutuhan. Selama periode magang penulis melakukan beberapa kali dokumentasi yaitu:

- a. HUT PTPN 9 ke-24
- b. Bakti sosial Paguyuban Ibu – ibu PTPN 9
- c. Pembagian Masker dan Hand sanitizer
- d. Pembagian Sembako serentak PTPN 9
- e. Serah terima jabatan direktur dan ketua PII
- f. Serah terima jabatan komisaris PTPN 9

- g. Serah terima jabatan Board of Management
- h. Exit Good Corporate Governance PTPN 9
- i. Launching Banaran Skyview
- j. Dokumentasi Rapat
- k. Musyawarah Besar serikat pekerja kantor direksi PTPN 9
- l. Musyawarah Besar FSPBUN ke VI
- m. Penyerahan bantuan dan program bina lingkungan
- n. Kunjungan DPR – RI Komisi VI

Dokumentasi menghasilkan foto dan video, setelah melakukan dokumentasi penulis melakukan editing yang kemudian menghasilkan konten untuk di publikasikan di sosial media perusahaan.

3.3.4 Campaign Penanganan Covid – 19

Saat pelaksanaan magang, di Indonesia sedang terjadi pandemi Covid-19 yang melumpuhkan aktivitas dalam lingkup banyak orang baru di hentikan. Dari awal magang hingga penulis menyelesaikan magang, pandemi covid-19 belum usai. Selama masa pandemi Humas PTPN 9 melakukan *campaign* penanganan covid -19. *Campaign* ini dilakukan di internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Di internal perusahaan mencakup seluruh karyawan hingga pimpinan di PTPN 9 dihimbau untuk selalu taat protokol covid- 19 yang diberlakukan.

Bentuk *campaign* di internal perusahaan berupa himbauan dan pencegahan dalam bentuk poster ,banner dan spanduk. Kampanye di internal perusahaan ini bertujuan untuk mengajak seluruh karyawan dan jajaran pimpinan untuk selalu waspada terhadap penyebaran virus. Sedangkan eksternal perusahaan mencakup seluruh masyarakat di sekitar kantor dan seluruh masyarakat di Indonesia. Bentuk kampanye berupa konten sosial media dan video iklan layanan masyarakat yang berisi tata cara pencegahan covid – 19 yang di publikasikan melalui sosial media. Selain perusahaan turut mengadakan program pembagian sembako, hand sanitizer dan masker kepada masyarakat yang terdampak langsung akibat virus ini.

Kampanye ini bertujuan untuk mengajak masyarakat sekitar untuk mengikuti protokol kesehatan dan membangun kepedulian setiap orang untuk selalu hidup bersih agar terjauh dari virus ini. Kampanye ini dilakukan secara berkala. Dimulai dengan pemasangan poster himbauan dan cara mencuci tangan di lingkungan perusahaan dan di sosial media perusahaan. Dalam pembuatan pesan komunikasi yang ada dalam poster, penulis merujuk pada himbaun yang diterbitkan oleh WHO (*World Health Organization*). Kemudian materi – materi tersebut di olah menjadi pesan komunikasi yang lebih menarik, sehingga orang yang membaca akan terstimulus melalui pesan tersebut.

Selain poster penulis juga membuat video iklan layanan masyarakat yaitu “Penanganan Preventif Covid -19 di lingkungan perusahaan”. Video ini di buat di kebun Ngobo milik PTPN 9. Dalam pembuatan video ini penulis bertindak sebagai kameramen dan editor. Sebelum melakukan pengambilan gambar penulis mendapat arahan dari pembimbing. Setelah *script* yang dibuat oleh pembimbing selesai, penulis melakukan pengambilan gambar di kebun. Saat proses editing penulis melakukan pemilihan video dan menyusun menjadi satu kesatuan pesan yang telah di tambahkan tulisan – tulisan untuk mempermudah proses pengiriman pesan kepada publik. Hasil dari pembuatan video ini di bagikan di sosial media perusahaan dan chanel youtube milik perusahaan.

3.3.5 Slogan Budaya Perusahaan

Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang memiliki visi serta misi untuk mendapatkan keuntungan/ Profit. Perusahaan merupakan tempat dimana banyak orang bekerja sesuai dengan bidangnya masing – masing. Mengelola lahan seluas 38.890,80ha, 25 unit usaha, dan 6700 pegawai tentunya membutuhkan suatu nilai yang akan membentuk kerjasama maupun sebagai panduan bagi setiap pegawai. PT. Perkebunan Nusantara IX (PTPN IX) menerapkan AKHLAK (Amanah,Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaborasi). AKHLAK ini digunakan sebagai core value dan fundamental setiap diri pegawai di PTPN IX.

AKHLAK sebagai budaya perusahaan PTPN IX merupakan Simbol Budaya Organisasi. Bagaimana perusahaan harus menjalankan nilai – nilai sebagai fundamental dalam setiap diri pegawai. Menurut Pacanowsky & O’Conell , penggunaan dan interpretasi symbol sangat penting dalam budaya organisasi. Simbol merupakan representasi dari sebuah makna selain itu simbol ini mengkomunikasikan setiap nilai – nilai dalam sebuah organisasi. Nilai – nilai dalam budaya perusahaan AKHLAK diantaranya yaitu:

- a. Amanah, memegang teguh kepercayaan yang diberikan. Amanah merupakan salah satu kata yang berasal dari kata *amuna* yang bermakna tidak meniru, terpercaya, jujur, atau titipan.”Serahkan amanah kepada orang yang telah mengamanahi kamu dan jangan kamu mengkhianati orang yang mengkhianati kamu.” (HR Abu Dawud dan Tirmidzi). Nilai ini yang diharapkan bahwa amanah akan menjadi fundamental setiap pegawai di perusahaan. Sifat amanah menuntut setiap orang untuk menjadi orang yang dipercayai dan jujur. Dengan nilai ini setiap pegawai mempunyai tanggung jawab akan setiap pekerjaannya.
- b. Kompeten, Terus belajar mengembangkan kapabilitas. Tingkat kerja pegawai akan sangat tergantung pada factor kemampuan pegawai itu sendiri seperti tingkat pendidikan, pengetahuan, pengalaman dimana dengan tingkat kemampuan yang semakin tinggi akan mempunyai kinerja semakin tinggi pula. Dengan demikian tingkat pendidikan, pengetahuan dan pengalaman yang rendah akan berdampak negative pada kinerja pegawai (Robbins,2004:218) .Moenir (Ramadhan, 2017) mengatakan kapabilitas dibagi menjadi 3 yaitu ; Kemampuan Teknis, Kemampuan bersifat manusiawi, kemampuan konseptual.
- c. Harmonis, Saling peduli dan menghargai perbedaan. Perusahaan merupakan tempat berkumpulnya orang – orang dari berbagai latar belakang serta daerah yang berbeda. Sehingga dengan bermacam – macanya itu sebuah organisasi. Geertz (West & Turner, 2009) menyatakan bahwa budaya – budaya semuanya berbeda dan memiliki keunikan masing – masing dan hal ini harus dihargai. Dihargai dalam

hal ini supaya sebuah organisasi bisa terus bersatu dan pemahaman Geertz ini akan menuntun lebih jauh.

- d. Loyal, Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan Negara. Loyalitas setiap pegawai memegang peranan krusial dalam jalannya organisasi. Adanya aturan, tatanan yang sempurna pun tanpa disertai dengan loyalitas setiap pegawai adalah hal yang sia – sia. Loyalitas yang dimiliki oleh setiap pegawai juga berpengaruh pada kelanjutan suatu organisasi dalam melaju pada visi dan misi. Loyalitas adalah manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, mensupport, mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan serta menciptakan *emotional attachment* (Kartajaya, 2007:126).
- e. Adaptif, Terus berinovasi dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan. Menurut Rohadi et al.(2016) adaptasi adalah kemampuan makhluk hidup untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan hidupnya. Dalam situasi apapun perusahaan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan zaman. Sehingga perusahaan tidak tertinggal trend maupun perkembangan teknologi yang selalu muncul tiap harinya.
- f. Kolaboratif, membangun kerjasama yang sinergis. Organisasi / perusahaan merupakan wadah untuk setiap orang dapat berkontribusi menghasilkan karya. Dengan adanya kerjasama yang sinergis maka proses berjalannya perusahaan akan menjadi semakin lancar karena setiap pegawai bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan.

Nilai – nilai akhlak ini menjadi sebuah acuan di perusahaan untuk berjalan dan membentuk budaya organisasi yang unik di perusahaan. Budaya organisasi di PTPN IX menggunakan AKHLAK sebagai *core value* nya. Dengan menggunakan nilai – nilai ini maka munculah budaya organisasi yang unik. Pacanowsky & O'Donnell, 1982 menjelaskan bahwa metafora menggambarkan bahwa kehidupan organisasi adalah seperti penampilan teatrikal dimana supervisor maupun karyawan memilih untuk mengambil peranan atau bagian tertentu dalam organisasi mereka hal ini biasa disebut dengan performa komunikatif. Performa ini dibagi menjadi lima performa budaya.

a. Performa ritual

Merupakan suatu hal yang teratur dan terulang di tempat kerja. Kegiatan – kegiatan yang dilakukan secara rutin oleh pegawai di PTPN IX. Performa Ritual dibagi menjadi empat jenis yaitu; personal, tugas, social, dan organisasi. Ritual personal yaitu mencakup semua hal yang dilakukan setiap hari, contohnya di PTPN 9 setiap pagi pegawai melakukan absensi sidik jari, kemudian sebelum bekerja setiap pegawai berkumpul sesuai dengan bagain masing – masing dan berdoa bersama – sama.

Ritual tugas yaitu perilaku yang dilakukan setiap pegawai secara rutin yang dikaitkan dengan pekerjaannya. Setiap hari penulis dituntut untuk melakukan update berita di website perusahaan, mengecek email dan lain sebagainya.

Ritual social yakni rutinitas verbal dan non verbal yang biasanya mempertimbangkan interaksi dengan orang lain. Beriteraksi sesama pegawai, atasan atau dengan siapapun di lingkungan perusahaan.

Ritual organisasi, yaitu mencakup kegiatan yang ada di perusahaan yang sering dilakukan seperti rapat, piknik perusahaan dan kegiatan lainnya. Penulis sering mengikuti kegiatan ini untuk mendokumentasikan seperti rapat dengan pemegang saham, Musyawarah Serikat pekerja, serta kegiatan – kegiatan lainnya. Bahkan beberapa bagian di perusahaan melakukan jalan sehat bersama ketika hari jumat.

b. Performa Hasrat

Seringkali di perusahaan para pegawai sedang bercengkerama menceritakan pengalamannya mungkin ketika hari pertama masuk kerja, pengalaman bertugas di kebun yang jauh dari perkotaan. Performa hasrat ini merupakan suatu hal yang dilakukan orang – orang yang berada di organisasi/ perusahaan yaitu menceritakan apapun hal di perusahaan. Di PTPN IX setiap orang mempunyai cerita nya masing – masing, hal – hal semacam ini yang kemudian mendekatkan setiap pegawai di perusahaan. Tak terkecuali penulis turut serta di dalamnya.

c. Performa Sosial

Dalam performa social ini yaitu ditujukan untuk mendorong kerjasama di antara pegawai di perusahaan. Selalu melakukan sopan dan santun untuk saling memberikan dorongan. Tindakan – tindakan ini yang selalu digunakan setiap pegawai di perusahaan kepada pegawai lain. Bertegur sapa dengan pegawai lain. Memanggil atasan dengan bahasa yang bagus serta sopan santun.

Dengan adanya hal – hal kecil ini membawa setiap pegawai menjadi pribadi yang saling menghormati dan menghargai. Akan tetapi terkadang ketika berada dalam rapat yang tegang, rapat dengan pejabat situasi semacam ini susah untuk dilakukan, namun setiap organisasi tentunya menuntut untuk setiap pegawainya memiliki sifat yang profesional. Maka performa social ini membantu tercapainya hal ini.

d. Performa Politis

Dalam sebuah organisasi budaya ini sedang menjalankan kekuasaannya atau memegang kendali. Perusahaan berupaya mempertahankan kekuasaan dan control terhadap perusahaannya tersebut. PTPN IX merupakan bagian dari holding perkebunan yaitu PTPN III sebagai pusatnya. Dalam menjalankan bisnis, perusahaan tidak luput dari berbagai macam tantangan yang ada didalamnya. Ketika pegawai atau pimpinan perusahaan terlibat dalam performa politis ini tidaklah hal yang buruk. Tujuannya hanya untuk mengkomunikasikan hal – hal yang ada di perusahaan.

Dapat dilihat di PTPN IX adanya Federasi Serikat Pekerja Perkebunan (FSPBUN). Setiap perusahaan atau unit usaha PTPN IX memiliki serikat pekerja nya. FSPBUN ini berfungsi sebagai wadah bagi karyawan maupun pegawai yang ada di perusahaan yang bertujuan untuk mewakili setiap aspirasi pekerja di perusahaan yang akan disampaikan kepada top management sehingga akan keluar kebijakan – kebijakan.

e. Performa Enkulturas

PTPN IX merupakan perusahaan yang memiliki 6700 pegawai yang tersebar di seluruh wilayah milik PTPN IX. Performa ini berfokuskan kepada bagaimana anggota mendapatkan pengetahuan dan keahlian untuk menjadi anggota yang mampu

berkontribusi. Dilihat dari recruitmen milik PTPN IX, dalam merekrut pegawai PTPN IX memiliki kualifikasi – kualifikasi yang disesuaikan dengan yang dibutuhkan.

Selain itu pegawai – pegawai yang diterima mendapat pelatihan , atau mengikuti webinar, seminar dan lain sebagainya. Selama masa pandemi banyak pegawai yang mengikuti seminar secara online. Hal – hal tersebut yang membawa pengetahuan kepada pegawai di PTPN IX.

3.4 Analisis Hasil Pekerjaan

Ditinjau dari teori Pacanowsky & O'Donell budaya organisasi tak lebih sama dengan apa yang diteliti teori ini. Budaya organisasi di PTPN IX ini berjalan dinamis seiring perkembangan zaman. Performa dapat muncul dari keputusan yang dibuat secara sadar untuk melakukan apa yang dipikirkan atau dirasakan mengenai suatu isu. Sehingga performa komunikatif sangat penting bagi budaya suatu organisasi.

Seperti dalam lima performa budaya yang disebutkan oleh Pacanowsky dan O'Donell yaitu; performa ritual, performa sosial, performa hasrat, performa politik dan performa enkulturasi. Budaya organisasi didalam PTPN IX dapat dikaitkan dengan teori tersebut. PTPN IX memiliki berbagai budaya organisasi seperti pada lima performa budaya seperti budaya sopan santun, rutinitas dalam pekerjaan, membangun interaksi dengan pegawai lain, berorganisasi dilingkungan perusahaan seperti Forum Serikat Pekerja Perkebunan, serta mengikuti seminar dan pelatihan.

Begitu pula dalam kegiatan sehari setiap pegawai dari kantor pusat hingga di kebun, juga melakukan lima performa seperti rutinitas yang dilakukan oleh para penyadap karet setiap pagi – pagi, rutinitas yang dilakukan para pegawai di kantor, dan sikap – sikap yang dilakukan oleh setiap pegawai berdasarkan dengan AKHLAK sebagai budaya perusahaan di PTPN 9. AKHLAK menjadi suatu kepercayaan dalam budaya organisasi sebagai pedoman dalam diri setiap pegawai. Dengan adanya AKHLAK setiap pegawai merasa ada nilai – nilai sebagai pedoman untuk berperilaku di perusahaan.

Begitu pula peran *Public Relations (PR)* dalam membangun citra perusahaan dihadapan public dan stakeholder. PR PTPN IX menggunakan berbagai saluran komunikasi diantaranya; internet terdapat Instagram, Twitter, Facebook dan Website perusahaan. Selain dari internet, PR PTPN IX kerap mengundang media ketika PTPN IX melaksanakan suatu kegiatan seperti launching produk, serah terima jabatan dan pers tour. Media merupakan penghubung komunikasi dan informasi antara PR Perusahaan dan stakeholder, baik internal maupun eksternal (Pramono, 2020).

Penerapan model komunikasi dan arah aliran informasi pada Humas PTPN IX bersifat *two-way traffic*. Hal ini akan terkait dengan budaya perusahaan yang dianut oleh PTPN IX sesuai dengan Performa Komunikatif Pacanowsky dan O'Donnell. Contohnya melalui program – program *Coorporate Social Responsibility (CSR)* di awal pandemi covid-19 hingga berbagai informasi yang diberitakan melalui kanal internet, membantu menstimulus masyarakat untuk memberikan *feedback*. Untuk memperoleh hasil optimal, diperlukan program – program yang memungkinkan terjadinya komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) dengan masyarakat (Rachmadi, 1994)

Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah *opinion leader* yang sedang muncul dimasyarakat. Pandemi covid-19 pada awal tahun 2020, menyebabkan pemerintah menerapkan pembatasan social berskala besar. Tidak luput wilayah kota semarang sebagai ibu kota provinsi jawa tengah. Kebijakan yang diterapakan menyebabkan beberapa mata pencaharian lumpuh total, sehingga *opini leader* yang muncul dimasyarakat adalah bagaimana caranya untuk tetap mendapatkan penghasilan. Dalam komunikasi dengan masyarakat, peranan *opinion leader* sampai sekarang sangat penting, terutama didaerah pedesaan, demi keberhasilan atau efektifnya komunikasi (Rachmadi, 1994).

Dengan program – program yang dihadirkan public relations PTPN IX proses komunikasi scara *two-way traffic* dijalankan dengan optimal. Sehingga citra perusahaan dapat terbentuk di masyarakat.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Budaya organisasi di PT Perkebunan Nusantara IX sejalan dengan pendapat Pacanowsky & O'Donnell. Lima performa komunikatif ini dapat di terapkan di perusahaan. PT Perkebunan Nusantara IX yang menanamkan nilai – nilai budaya perusahaan AKHLAK dimana menjadi *core value* setiap pegawai di perusahaan. Nilai-nilai tersebut semakin menjadi optimal dengan bentuk komunikasi *two-way simmetris* yang di terapkan Public relations perusahaan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Selain membangun komunikasi secara face to face PR perusahaan mengoptimalkan jejaring sosial untuk terus membangun hubungan dengan public.

Adanya konsistensi dalam menjaga komunikasi yang dilakukan perusahaan memberikan dampak kepada perusahaan itu sendiri terkait dengan citranya di mata public.

4.2 Saran

Sebagai peserta magang di PTPN IX penulis mencoba memberikan saran untuk penelitian selanjutnya. Budaya organisasi merupakan budaya yang terus berjalan dengan dinamis dan kompleks sesuai dengan perkembangan zaman. Sehingga perlu di telaah lebih lanjut lagi sehingga akan muncul keunikan – keunikan budaya organisasi di sebuah perusahaan nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kartajaya, H. (2007). *Boosting Loyalty Marketing Performance: Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management dan Servis untuk Mendongkrak Laba*. Mizan.
- Lina, D. (2014). Analisis Pengaruh Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Sistem Reward Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14, 77–97.
- Pramono, P. (2020). *PR ING Paradigma Baru dalam menyusun Strategi Komunikasi Perusahaan* (Pipih (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.

- Rachmadi, F. (1994). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ramadhan, M. Q. (2017). *Pelayanan Sosial Terhadap Lanjut Usia*. 5(1), 170–184.
- Taurisa, C. M., & Ratnawati, I. (2012). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasional dalam meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 19(2), 170–187.
- West & Turner. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (3rd ed.). Salemba Humanika.